

## Universidad y mercado.

### Transformaciones institucionales y discursivas en la Universidad Nacional del Litoral.

María Eugenia De Ponti - medeponti@gmail.com

Liliana Sonia López - lslopez@ful.unl.edu.ar

María Cristina Marana - mcmarana@ful.unl.edu.ar

María Mercedes Mingiaca - mercedesmingiaca@yahoo.com.ar

*Universidad Nacional del Litoral – Facultad de Humanidades y Ciencias*

#### 1. Introducción

Inmersa en los vaivenes propios de la dinámica social, la Universidad como institución no ha permanecido inmutable, sino que ha sufrido múltiples transformaciones a lo largo de su historia. A partir de ello, la problemática que articula nuestro trabajo es el análisis de las misiones-funciones atribuidas a la Universidad a lo largo de su historia, focalizando nuestro interés en las transformaciones contemporáneas.

Partimos de la premisa de que *“la ciencia no se encuentra al margen de la sociedad, dispensando sus dones de conocimiento y sabiduría; tampoco es un enclave autónomo que ahora se ve aplastado por el peso de estrechos intereses comerciales o políticos. Por el contrario, la ciencia siempre se ha configurado y ha sido configurada a su vez por la sociedad, en un proceso que es tan complejo como abigarrado; no es estática sino dinámica”* (Gibbons, 1994:36). De esta manera, sostenemos que es necesario comprender las diversas vinculaciones entre Universidad y mercado en base a las transformaciones y dinámicas propias del entorno social en las que éstas se enmarcan, dado que la Universidad se ha caracterizado por transformarse y adecuarse a las exigencias y demandas de cada época (Böhm y Schweizer, 2009).

En este sentido, el objetivo del presente trabajo es dar cuenta de los procesos de transformación en la relación entre Universidad y mercado, iniciados a mediados del siglo XX y profundizados en los albores del siglo XXI, según los cuales la universidad se ha constituido paulatinamente en un agente clave del crecimiento económico, la innovación y la transferencia de conocimientos especializados.

Nuestro análisis está centrado en el caso de la Universidad Nacional del Litoral (UNL), que desde mediados de la década del '80 ha avanzado en la construcción de una tendencia de regulación político-administrativa de su relación con las empresas. En primer lugar, analizaremos la forma que este proceso adquiere en el escenario nacional, partiendo de la idea de que en Argentina, dichas transformaciones asociadas al surgimiento de una nueva relación Universidad- Mercado, son reflejo de un proceso que ya se viene desarrollando en otros países, aunque matizadas por las características propias de nuestro contexto sociocultural.

Posteriormente, consideramos el análisis de estas transformaciones tanto desde el plano discursivo como institucional de la UNL, entendiendo que ambas dimensiones son claves para estudiar, desde una perspectiva sociológica, un proceso que involucra a diferentes actores sociales de la comunidad santafesina.

## **2. La relación Universidad-Mercado en Argentina**

No es posible comprender la relación Universidad-mercado en nuestro país, si no tenemos en cuenta las transformaciones del contexto internacional, y en especial la influencia de los organismos internacionales de crédito, cuyas “recomendaciones” de corte neoliberal propiciaron la implementación de políticas de privatización y descentralización de las funciones públicas, reconfigurando además el rol de la educación superior y la concepción de la Universidad como promotora del desarrollo económico.

De este modo, desde fines de los '70 y principios de los '80 comenzó a circular un nuevo discurso, cuyo argumento central era la transferencia de responsabilidades y tareas hacia el sector privado y la sociedad civil, cuestionando el otrora aceptado rol del Estado como productor de bienes públicos. Así, dichos organismos impulsaron una “agenda internacional para la modernización de la educación superior”, que fue implementada en Argentina.

En ese contexto, uno de los cambios principales en la relación Universidad-mercado fue que se esperaba de ella una contribución más directa al crecimiento económico. En otras palabras, a las tradicionales funciones universitarias de enseñanza e investigación, debía sumársele una nueva misión basada en la transferencia de conocimientos especializados y la innovación, a partir de la articulación con el Estado y el mercado. Es importante destacar que este nuevo modelo de convergencia fue importado de experiencias de países desarrollados, que no se corresponden con

las necesidades endógenas de nuestro país, porque han sido transferidos de manera forzosa (Dagnino, 1997 citado en Naidorf, 2009).

A partir de los años '80, estas nuevas ideas tomadas de los países centrales comenzaron a modificar las visiones acerca de la ciencia, la tecnología y sus relaciones, provocando una transformación del *régimen epistémico* dominante en nuestro país. Según Vallejos (2010:4) “*un régimen epistémico permite capturar en una unidad las maneras en que se traman y se despliegan en el mediano y largo plazo modalidades de investigación, expectativas sociales sobre el conocimiento producido, formas sociales de disputa sobre el uso y la apropiación del conocimiento, formas identitarias de los trabajadores científicos y tecnólogos, etc.*”. Para este autor, las nuevas formas de articulación Universidad-mercado corresponden al nuevo régimen epistémico de “*ciencia politizada*” que reemplaza al anterior régimen de “*ciencia académica*”. Este nuevo régimen se caracteriza por una lucha política y conceptual por la apropiación del conocimiento, es decir, por una lucha política por cuáles son los intereses a los que debe servir la actividad científica y tecnológica. Por ello mismo, le corresponden nuevas formas de legitimación del saber, en donde el vínculo con el entorno empresarial adquiere gran importancia. Asimismo, tal como lo expresa Vallejos (2010:6) “*el nuevo régimen epistémico puede reconocerse a partir de la constitución de un lenguaje específico en el que se expresan las aspiraciones sobre el mundo y sobre el lugar que la ciencia y la tecnología ocupan o, de manera fundamental, deben ocupar en él*”. De este modo, podemos identificar una serie de conceptos que aparecen cada vez con mayor frecuencia en el discurso universitario: *transferencia, innovación, sinergia, incubación, servicios a terceros, emprendedor, desarrollo regional, interfase*, entre otros.

La cuestión central que surge a partir de este nuevo modelo de interacción Universidad-mercado es la supremacía de este último, atentando contra los valores académicos tradicionales como la libertad de pensamiento, la autonomía, la rigurosidad, la gratuidad, etc. Entonces, si el prestigio de la Universidad estuvo históricamente basado en la libertad de producción, ésta ahora se subordina a un criterio mercantilista y comercial, donde los resultados se evalúan más por las ganancias que por la contribución al desarrollo del conocimiento. En este sentido, según Gibbons (1997), las nuevas formas de producción del conocimiento ponen en cuestión las viejas líneas de demarcación entre disciplinas e instituciones, de modo tal que las universidades pueden adoptar

valores de la cultura empresarial y, a la inversa, las empresas pueden adquirir normas típicas de la cultura académica.

Cabe destacar que la universidad argentina históricamente ha recibido financiamiento estatal, y fue una concepción generalizada que la educación se trataba de un bien público y no un servicio privado, al alcance de unos pocos. Esto fue así porque el ámbito universitario cumplió un rol clave en la movilidad social ascendente, especialmente de las clases medias.

Sin embargo, a partir de mediados de los años '80 esta situación se vio modificada por las políticas de ajuste estructural y los recortes presupuestarios, que pusieron a la Universidad a competir por subsidios estatales que en décadas anteriores tenía garantizados, y que finalmente resultaron en la necesidad de obtener financiamiento externo, provocando una “mercantilización de la cultura académica”. Ejemplo de ello es la conformación en 1983 de la primera Oficina de Transferencia y Desarrollo, con el objetivo de servir a la industria y cofinanciar con ésta proyectos de desarrollo con el CONICET. Otra de las consecuencias de la orientación de la Universidad hacia el mercado, ha sido la priorización de ciertas líneas de investigación, dirigidas a resolver inconvenientes relacionados con la producción en detrimento de otras problemáticas de gran importancia local, pero irrelevantes desde el punto de vista netamente economicista, lo cual ha contribuido a desvirtuar la cultura académica.

Sin embargo, en paralelo a dicha mercantilización de la cultura académica, en la década de 1990 también emergieron casos que dan cuenta del fortalecimiento del vínculo entre la universidad y el entorno social, otorgando prioridad a la función social que se adjudicara a la institución académica como una de sus misiones fundamentales. Un ejemplo de ello es la Universidad Nacional de Lanús, creada en 1995, en cuyo estatuto consta la propuesta de formar *gestores sociales*, caracterizados por poseer una preparación académica acompañada de responsabilidad, equidad y solidaridad.

### **3. El caso de la Universidad Nacional del Litoral**

El caso empírico en el que centramos nuestra investigación es el de la Universidad Nacional del Litoral (UNL), creada en el año 1919. Comenzaremos en primer lugar con el análisis de la dimensión discursiva, indagando a partir de distintos materiales institucionales y entrevistas a funcionarios de la Universidad acerca de la emergencia de un discurso orientado a legitimar las

múltiples acciones tendientes a institucionalizar la relación de la UNL con el sector productivo. Luego, en segundo lugar, abordaremos el complejo proceso de construcción de un andamiaje institucional que materializa dicha relación.

### 3.1. La dimensión discursiva: emergencia de un discurso legitimador de la relación Universidad-empresa.

Nos parece pertinente comenzar con un análisis interpretativo del discurso de la UNL, que se plasma en diferentes documentos institucionales. Observamos allí algunos tópicos relativos a su vinculación con el mundo empresarial, cómo ha ido incorporando un lenguaje propio, cuáles son algunos de los pilares discursivos que se mantienen inmutables a lo largo de las décadas, y cuáles han sido incorporados recientemente.

Ante todo, debemos mencionar que en el artículo N° 2 del Estatuto de la UNL -que es la máxima norma jurídica que la organiza y regula como institución-, consta como una de sus funciones *“elaborar, promover, desarrollar y difundir la cultura y la ciencia, orientándola de acuerdo con las necesidades nacionales, extendiendo su acción al pueblo, pudiendo para ello relacionarse con toda organización representativa de sus diversos sectores”*, de manera que ya desde sus orígenes la universidad plantea la posibilidad de relacionarse con otros actores sociales para promover un desarrollo científico acorde a las necesidades de la nación. También en el mismo artículo señala como una de sus funciones sociales *“desarrollar la creación de conocimientos e impulsar los estudios sobre la realidad económica, demográfica, cultural, social y política del país, adaptando aquellos a la solución de los problemas regionales y nacionales”*.

No obstante, a pesar de que la institución plantea desde sus comienzos un compromiso con el desarrollo económico (además de la tradicional misión académica e investigativa), se le ha sumado en los últimos años una nueva misión basada en la transferencia de conocimientos y la innovación, lo que ha abierto una serie de debates en el ámbito académico, cuyos interrogantes principales son: ¿Hasta qué punto la Universidad debe involucrarse en el desarrollo económico? ¿Conserva su autonomía o ésta ha entrado en crisis? ¿Cómo preservarla del avance de los intereses corporativos? ¿Cuál es el modelo de innovación más adecuado para cada región? ¿Cuál debe ser el vínculo con el mundo empresarial?

De acuerdo al análisis de Vallejos (2010), hasta fines de la década del '80 el tema de la relación universidad-empresa prácticamente no aparecía o lo hacía de manera difusa en la agenda de la institución, centrada por esos momentos en el proceso de normalización.

Sin embargo, a partir del año 2000 la UNL comienza a publicar una serie de documentos institucionales donde aparecen plasmadas las tendencias y transformaciones acaecidas en los últimos años. De hecho, ese mismo año elabora su primer *Plan de Desarrollo Institucional*, definido como un proyecto colectivo y global, con ejes multisectoriales orientadores del desarrollo, que busca ser además un espacio de reflexión en vistas a mejorar la calidad de la institución (Resolución del Honorable Concejo Superior, N° 04/2000).

En dicho documento aparece una descripción del contexto nacional e internacional, caracterizado por los procesos de globalización, el acelerado avance de la ciencia y la tecnología, las mutaciones en las relaciones sociales y en los paradigmas educativos y productivos, por mencionar los fenómenos más destacados. Ante este nuevo escenario, la Universidad entiende que debe redefinir su proyecto institucional y evaluar sus propios procesos de transformación en relación a estos nuevos desafíos. En este sentido, el Plan de Desarrollo Institucional oficia de “hoja de ruta en la tormenta”, bajo la convicción de que *“la Universidad no debe convertirse en una máquina productora, en una empresa en aras de atender las diversas presiones externas”* (UNL, 2000: 2).

El planteo discursivo de la UNL encuentra en el nuevo contexto el disparador de las transformaciones que ha sufrido la institución en las últimas décadas, en especial a partir de los años '90. En efecto, en distintos documentos se explica su nuevo rol de promoción de la innovación y transferencia de conocimientos especializados a partir de las necesidades y demandas emergentes, la crisis del Estado, las políticas de recorte presupuestario y el imperativo de buscar fuentes alternativas de financiamiento.

Cabe recordar que a partir del año 1976 se registró en nuestro país un cambio en materia económica con la puesta en marcha del Modelo Aperturista, cuyos rasgos más salientes fueron el renovado protagonismo del mercado, el recorte de las políticas sociales, la privatización de empresas públicas, el endeudamiento externo, la desregulación de los mercados y de las actividades financieras. Es decir que 1976 marcó un punto de inflexión en la historia argentina, debido a los profundos cambios políticos y económicos, que inexorablemente repercutieron en todos los ámbitos de la sociedad. En este sentido, la interrupción del régimen democrático

cercenó la actividad institucional universitaria, encontrándose en los '90 una Universidad cuya identidad estaba puesta en cuestión a causa de las políticas que impulsaban la competencia y la mercantilización de la educación superior.

Como expresión de dichas transformaciones y de las nuevas funciones asumidas, en su Plan de Desarrollo Institucional la UNL propuso como uno de sus ejes rectores avanzar hacia *“una Universidad que interactúe con el Sector Productivo y el Estado, generando el ambiente propicio para los procesos de innovación científica y tecnológica necesarios para el desarrollo sustentable de la región”* (UNL, 2000:12). Asimismo, se considera *“indispensable que la UNL profundice y amplíe sus vínculos con el sector productivo para aportar a aumentar su competitividad y la calidad de vida de la región. Se deberán generar, también, instancias de coordinación con los Gobiernos Nacional, Provincial y Municipales, a fin de combinar los tres factores (Estado, Empresa y Sistema Científico) indispensables para un entorno propicio para el desarrollo”* (UNL, 2000:13).

Lo que nos interesa destacar aquí es que desde la perspectiva de la institución aquellas transformaciones resultan “indispensables”, por lo que ha definido también como “prioritarias” las políticas de profundización de la producción de ciencia y técnica, y la mejora de la transferencia tecnológica para afianzar el desarrollo regional.

No obstante, es necesario señalar que dicho proceso no ha estado exento de conflictos ni ha sido un cambio fácil de incorporar para la comunidad universitaria en general. Antes bien, la UNL ha hecho grandes esfuerzos discursivos para legitimarlo, y ha hecho explícito su objetivo de lograr un equilibrio entre la investigación fundamental y la orientada a hacia las demandas del entorno socio-productivo, es decir, entre la búsqueda del conocimiento por sí mismo y la atención de las necesidades reales.

Asimismo, la nueva misión de vinculación tecnológica, innovación y transferencia de conocimientos encontró tensiones con uno de los pilares del movimiento reformista, en el cual la propia UNL reconoce sus orígenes: el principio de autonomía universitaria. En efecto, los valores fundantes de la Reforma de 1918 son el co-gobierno, la gratuidad de la enseñanza, la libertad de cátedra y la autonomía, con los que la UNL se identifica plenamente, haciendo del espíritu reformista un elemento central de su identidad como institución. Sin embargo, la Universidad ha encontrado en la extensión un argumento válido para la comunidad educativa y congruente con sus principios reformistas, que le ha permitido sortear dichas tensiones. En otras palabras, la



vinculación Universidad-empresa se enmarcaría dentro del concepto de extensión universitaria, que contemplaría así distintas dimensiones: social, cultural y productiva.

En el mismo sentido, desde la perspectiva de la UNL, la creciente vinculación con el entorno socio-productivo es una fortaleza que la distingue de otras instituciones de educación superior, y ello es además motivo de orgullo, porque ha sido pionera en Argentina en la construcción de dicha relación.

Al respecto, un documento publicado por la Universidad Nacional del Litoral como propuesta para el periodo 2006-2010 afirma que *“la investigación científica y tecnológica, además de hacer posible el dominio de un campo del conocimiento específico y el desarrollo de un pensamiento crítico, debe comprometerse con el desarrollo social y económico de la región y la consolidación de los sistemas locales de innovación”* (UNL, 2005:11). Así, el discurso dominante en la Universidad en los últimos años subraya la necesidad de atender los problemas propios del entorno social, favoreciendo y alentando la sinergia con el medio socio-productivo, idea que encuentra su concreción en el impulso a los Sistemas de Innovación y en la formación de emprendedores.

Luego de una década de la elaboración del primer Plan, la UNL presentó recientemente una nueva propuesta, el *Plan de Desarrollo Institucional 2010-2019*, en cuyos ejes rectores recalca su postura como hija de la Reforma, su compromiso con la educación pública, y señala además la necesidad de interacción con el sector productivo y el Estado, para generar así los procesos de innovación científica y tecnológica necesarios para el desarrollo sustentable de región.

Siguiendo la línea argumental presentada en el año 2000, en el nuevo Plan se consigna que *“la tendencia a la transnacionalización del mundo académico -fase nodal de la globalización- nos enfrenta al desafío de gestionar y construir vínculos sólidos con otras instituciones, del mismo modo en que nos moviliza a fortalecer los existentes con las agencias estatales, el mundo económico y las diversas manifestaciones que hoy se dan en la arena política”* (UNL, 2010:7). En esta última afirmación, observamos una tensión entre la exaltación y defensa de la autonomía universitaria, y las crecientes exigencias de captación de las demandas del entorno socio-productivo, en virtud de la preocupación manifiesta de la UNL por la creación de un ambiente económico competitivo para la región.

De esta manera, discursivamente se construye la idea de la innovación como el motor de la economía, y de la Universidad como agente responsable de promoverla, lo cual se ha plasmado



en una de las Líneas de Orientación Principal (LOP) de la UNL, denominada “Cooperación prioritaria con la innovación en el entorno y conexión con una amplia red de internacionalización”, en un contexto de crisis económica, social, política, educativa, epistemológica y cultural, que simultáneamente se presenta junto a un gran avance tecnológico que propicia un gran caudal de acceso informativo y transformaciones en las formas de comunicación.

Por otra parte, como evidencia de lo generalizado de estas transformaciones, debemos mencionar el documento del *Consejo Interuniversitario Nacional del Año del Bicentenario* del cual la UNL forma parte, donde las Universidades públicas concluyeron: “tenemos la más absoluta convicción que debemos ser protagonistas de la construcción de esa sociedad, (...) la diversidad universitaria converge en el desafío de involucrarnos activamente en la construcción del país desarrollado y sustentable”.

A modo de síntesis, podemos decir que a partir de fines de los '90 se observa como constante en el discurso de la UNL el compromiso con el desarrollo de la región, la transferencia de conocimientos y la innovación, y la idea de la Universidad como principal institución promotora de estos procesos, dentro de un contexto de globalización. Otro tema recurrente es la formación de emprendedores como una alternativa ineludible para el logro de competitividad y desarrollo sustentable en la región.

En suma, en sintonía con los cambios que venían produciéndose en las universidades argentinas en general, en la UNL emerge un discurso legitimador de las diversas transformaciones institucionales orientadas a favorecer la relación con el mundo empresarial, basado esencialmente en la idea de una “imperiosa” redefinición de sus funciones ante el nuevo contexto nacional e internacional. El desarrollo de dicho discurso no ha sido lineal ni ha carecido de conflictividad, sin embargo ha logrado instalarse y ensamblarse con otro imaginario clave para la identidad de la UNL como institución: el ideario reformista. De este modo, a través de la extensión, la UNL ha logrado con éxito construir un relato legitimador de la relación Universidad-Mercado, y a la vez conservar su identidad reformista.

### 3.2. La dimensión institucional: la construcción de una regulación político-administrativa de la relación universidad-empresas.

En Argentina, la histórica Reforma universitaria de 1918 significó una fuerte crítica al modelo de Universidad tradicional vigente hasta entonces, cuyas características más salientes eran la subordinación al poder político, el perfil profesionalista, el carácter elitista de la institución y la restringida oferta de carreras, por mencionar sólo las más destacadas (Pereyra, 2010). Luego de este intenso proceso de transformación, cristalizó en nuestro país un nuevo consenso en torno al ideario reformista, basado en el rol científico de la Universidad, el cogobierno, la autonomía, la participación estudiantil y la libertad de cátedra. Sin lugar a dudas, estas reivindicaciones fueron expresión de los cambios sociales y políticos producidos en nuestro país a principios del siglo XX (Halperín Donghi, 1962 citado en Pereyra, 2010).

Las transformaciones a nivel institucional fueron una expresión del cambio de régimen epistémico, como bien se mencionó antes. El surgimiento de este nuevo régimen de *ciencia politizada*, viene a remplazar al anterior régimen de *ciencia académica* (Vallejos, 2010). Sin embargo, en la Universidad argentina en general, y más específicamente en la Universidad Nacional del Litoral, estas transformaciones que en el contexto internacional ya venían desarrollándose con anterioridad, recién comenzaron a tomar forma después de la normalización pos-dictadura, es decir a finales de la década del 80.

Claudia Neil señala que durante los años '90 tuvo lugar en la UNL una etapa de institucionalización de la relación Universidad-empresas, y en los años subsiguientes se dio una fase de fortalecimiento de esos vínculos, fenómeno que cristalizó en la creación de múltiples instituciones orientadas a la transferencia, la vinculación tecnológica, la venta de servicios a terceros, la incubación de empresas y la formación de emprendedores.

La preocupación principal que guiaba la construcción de esta nueva estructura institucional estaba basada en la orientación política con la cual la UNL quería definir su línea de investigación y su relación con el medio en función de los valores propios del reformismo. Esto es: ¿con qué sentido se investiga? ¿Por qué y al servicio de quién estarían los resultados? ¿Qué intereses guían la investigación?, etc. Para definir estas preguntas se crea en 1987 la Secretaría de Ciencia y Técnica, y *“a partir de ese momento, comienzan a implementarse programas tendientes a articular la formación de recursos humanos, el desarrollo de la investigación, la puesta en utilidad del producto científico y del conocimiento en el marco de una política general vinculada a los sectores productores de bienes y servicios, así como el aprovechamiento de la cooperación internacional”* (Conti, 2009: 136).

Es en el seno de esta Secretaría que se definen las líneas de investigación enmarcadas dentro de una agenda de temas de interés priorizados por la Universidad. Para promover su desarrollo, es que se crean programas tales como Cientibeca y los CAI+D's, que continúan hasta la actualidad. El primero tiene como objetivo que los estudiantes desarrollen una primera experiencia de investigación, mientras que el segundo está caracterizado por ser una investigación de tipo grupal que intenta vincular los temas de investigación con el desarrollo regional.

Otro punto clave en el marco de este desarrollo institucional, fue la experiencia que determinados actores del medio aportaron para la identificación de ciertas necesidades regionales que permitirían continuar enmarcando las líneas de investigación establecidas. Expresión de ello fue la creación en 1987 del Instituto de Tecnología Biológica y la creación de la carrera de Biotecnología en el año 1994.

En su afán de institucionalizar la relación universidad-empresa, la UNL implementó dos modalidades: por un lado, a través de convenios específicos con empresas, y por otro lado por medio de la creación institucional de unidades especiales de vinculación. Por ejemplo, en 1990, dentro de la Secretaría de Ciencia y Técnica se crea la Oficina de Servicios a Terceros. La puesta en funcionamiento de esta oficina evidenció la falta de capacidades técnicas para resolver problemas específicos que surgieron en el desarrollo del vínculo en cuestión y que ponían en juego su continuidad. En pos de resolver este problema, la UNL buscó generar lazos de cooperación con el Centro de Transferencia de Tecnología (CTT) de la Universidad Politécnica de Valencia.

El resultado más importante de dicha cooperación fue la transformación de la Oficina de Servicios a Terceros en el Centro de Transferencia de Resultados de la Investigación (CETRI), que aparece como la nueva unidad especializada para gestionar el vínculo universidad-empresa. Asimismo, dicho organismo pasa a depender de la Secretaría de Extensión universitaria, lo que puede verse como un continuum dentro de la especialización de las funciones que cada organismo debe cumplir al interior de la Universidad. Como resultado final *“(...) este proyecto de instalación de una unidad especializada que atienda el tema Universidad-empresa tuvo una continuidad y una expansión notable: de ser una unidad disputada por la Secretaría de Ciencia y Técnica y de Extensión a producir una Secretaría que la albergue: la Secretaría de Vinculación Tecnológica y desarrollo productivo”* (Vallejos.2010:17). Ésta última fue creada posteriormente en el año 2005.

Como otras dos expresiones exitosas de las políticas de vinculación con el medio por parte de la Universidad, podemos mencionar el Programa de Emprendedores y el Programa Padrinos. En cuanto al primero, podemos decir que nació en 2002 con algunas acciones y actividades espaciadas, pero tomó impulso en el año 2005 con la inauguración de la Cátedra Electiva de Emprendedores. La Cátedra es una materia que puede cursarse opcionalmente, y cuyo objetivo principal es permitir a los estudiantes pasar de una idea sobre un producto o un proceso innovador, a crear un plan de negocios, el cual en un futuro puede actuar como trampolín a la concreción de un proyecto de innovación. La Cátedra le dio un impulso considerable al Programa de Emprendedores, que tuvo su siguiente paso institucional en el año 2007, con la creación de un Gabinete de Emprendedores en cada unidad académica de la Universidad, que le otorga asesoramiento y herramientas técnicas e intelectuales a los alumnos interesados. Esto le permite a los estudiantes pre-incubar su proyecto y poder transformarlo en un emprendimiento innovador con posibilidades de salir al mercado.

En el mismo rumbo, el Programa Padrinos fue implementado en el año 2003 y tiene como objetivo aumentar la relación con empresas y con el sector público, para favorecer la relación con el sector productivo, al mismo tiempo que las/os empresas y los entes públicos adheridos al programa realizan una donación mensual a la Universidad.

En este sentido, tomando el punto específico del manejo financiero de los recursos obtenidos gracias a la relación con las empresas, la Universidad decidió crear un espacio de fiscalización centralizado en su Rectorado, disminuyendo en este sentido la autonomía de acción de las Facultades. Según lo expresado por autoridades de la UNL, el objetivo de este cambio fue transparentar la distribución de los recursos mencionados.

Por último, como casos exitosos de vinculación Universidad-empresa podemos identificar al Parque Tecnológico Litoral Centro, creado en la década del '90 con el objetivo de brindar herramientas al empresariado santafesino, ávido de innovación científica, para dar respuestas satisfactorias a las exigencias del mercado. Fue así que en el año 2001 el CONICET impulsó y aprobó la constitución de una Sociedad Anónima encargada de administrar el área de incubación y los predios para la pre-incubación, incubación, pre-radicación, radicación y egreso de empresas. Como ejemplo de ello podemos citar a la empresa Software Santa Fe como primera empresa egresada, y a la empresa Zeltek como radicada.

### 3. Conclusiones

Podemos observar que en la última década, el rol de la Universidad se direcciona hacia la producción de un conocimiento aplicado hacia estrategias económicas como parte de su plan institucional. Es decir que a partir de la década del '90 la universidad adquiere protagonismo en relación al entorno empresarial y a la incubación de empresas, mediante un proceso de innovación que estimula la aparición de nuevos productos y/o servicios. Así se plantea un proceso de institucionalización de actividades de vinculación y transferencia, tal como presentamos en el caso UNL, lo cual cristaliza además a través de una modificación en su discurso.

Por lo tanto, nos interesa reflexionar críticamente sobre las transformaciones de la relación Universidad-mercado, tomando como eje principal la agenda crítica que propone J. Naidorf (2002). La autora destaca:

1) La necesidad de protección del Gobierno y de promoción del conocimiento público. En este sentido, es menester una legislación orientada a obstaculizar la privatización de bienes públicos, así como es necesario fortalecer el financiamiento estatal de las investigaciones para garantizar la autonomía de los conocimientos y su difusión.

2) La posibilidad de que la venta de servicios técnicos, de asesoramiento tecnológico, de transferencia y capacitación, como así también de recursos humanos, proporcionen ingresos para el sostenimiento de las actividades específicas de las universidades y beneficien a los investigadores en su aprendizaje.

3) La necesidad de prestar servicios a través de mecanismos más creativos y ágiles, considerando un precio justo por los servicios prestados y bajo el imperativo de destinar los fondos obtenidos a los objetivos de la política universitaria.

4) La importancia de que la Universidad no se convierta en un apéndice de los requerimientos empresarios. Para ello, el desarrollo tecnológico debe consensuarse entre la universidad y los gobiernos.

5) La necesidad de un cambio de las políticas estatales, para que se trabaje en conjunto con las Universidades y no con las consultoras privadas y/o extranjeras.

Además, es importante señalar que si bien la educación pública en general y la Universidad en particular, han visto reducidas sus fuentes de financiamiento como consecuencia de las políticas de ajuste estructural implementadas en nuestro país, ello no justifica la aceptación

acrítica de una integración desigual con el mercado, por el que éste subordina las iniciativas y resultados de la academia. Antes bien, es menester una convergencia entre Universidad-Empresa-Estado que permita conservar aquello que le ha dado prestigio y credibilidad, es decir, su autonomía.

Por último, coincidimos con el planteo de Suarez (2010) acerca de la misión social de la Universidad, considerando que dicha misión no tiene que ser pensada como asistencialismo hacia la comunidad, sino como un verdadero compromiso orientado y planificado a largo plazo para lograr la transformación de la sociedad. En este sentido, si bien la Universidad históricamente ha presentado algunas dificultades para cumplir con esta misión, entendemos que es esencial su concreción, pues ella dota de sentido a las demás funciones que la Universidad ha desarrollado a lo largo de su trayectoria.

## Bibliografía

- Cortés Aldana, F. (2006, agosto) La relación universidad-entorno socioeconómico y la innovación. *Revista Ingeniería e Investigación*. [On line] vol. 26, N° 2, 94-101. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/643/64326212.pdf>
- Conti J. (2009) *Lux Indeficiens: Crónica para una historia de la Universidad Nacional del Litoral*, Publicación de la Universidad nacional del litoral, 2009.
- Gibbons, M. (1997) *La nueva producción del conocimiento. La dinámica de la Ciencia y la investigación en las sociedades contemporáneas*, Barcelona: Ediciones Pomares-Corredor.
- Jaramillo, A. (2010) Epílogo. Universidad y compromiso social. En D. Toribio (comp.) *La universidad en la Argentina: miradas sobre su evolución y perspectivas*. Buenos Aires: Ediciones UNLa.
- Juarros, F. y Naidorf, J. (2006) Políticas científicas y tecnológicas para la promoción en Argentina de la vinculación Universidad-Empresa. En: S. Llomovatte *et. al.*, *La vinculación universidad-empresa: miradas críticas desde la Universidad pública*. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Llomovatte, S. (2006) Para una crítica del modelo de la triple hélice: Universidad, Empresa y Estado. En: S. Llomovatte *et. al.*, *La vinculación universidad-empresa: miradas críticas desde la Universidad pública*. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Naidorf, J. (2002) En torno a la vinculación científico tecnológica entre la universidad, la empresa y el estado. Desarrollos teóricos de una agenda crítica. *Fundamentos en Humanidades*, Universidad Nacional de San Luis, año 3, N° 5, 7-22.
- Naidorf, J. (2009) *Los cambios en la cultura académica de la Universidad pública*. Buenos Aires: Eudeba.
- Neil, C. *La relación ciencia-sociedad en la UNL*. Manuscrito no publicado. Maestría en Docencia Universitaria, Universidad Nacional del Litoral.
- Pereyra, D. (2010) La Reforma universitaria en Argentina. Antecedentes, problemas y desafíos. En D. Toribio (comp.) *La universidad en la Argentina: miradas sobre su evolución y perspectivas*. Buenos Aires: Ediciones UNLa



- Suárez, V. (2010) La función social de la universidad. En D. Toribio (comp.) *La universidad en la Argentina: miradas sobre su evolución y perspectivas* (pp. 267-290) Buenos Aires: Ediciones UNLa
- UNL, Secretaría General (2005) Educación y ciencia como proyecto político. Propuesta 2006-2010, [on line] Disponible en: [http://www.unl.edu.ar/files/UNL\\_\\_Educacion\\_y\\_ciencia\\_como\\_proyecto\\_politico.pdf](http://www.unl.edu.ar/files/UNL__Educacion_y_ciencia_como_proyecto_politico.pdf)
- UNL, “El porvenir de la Universidad”, disponible en [www.unl.edu.ar](http://www.unl.edu.ar)
- UNL, “Plan de Desarrollo Institucional 2000-2009”, disponible en [www.unl.edu.ar](http://www.unl.edu.ar)
- UNL, “Plan de Desarrollo Institucional 2010-2019. Hacia la Universidad del Centenario” disponible en [www.unl.edu.ar](http://www.unl.edu.ar)
- “Las Universidades públicas en el año del Bicentenario” (2010) del Consejo Interuniversitario Nacional durante el Plenario de Rectores, disponible en <https://docs.google.com/viewer>
- Vallejos, O. (2010, diciembre) Universidad-empresa: un estudio histórico-político de la conformación del CETRI Litoral. *Revista Iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad*. [on line] vol. 6, N° 16. Disponible en: <http://www.oei.es/cienciayuniversidad/spip.php?article1628>